

Filmski sklad odgovarja

Nerina Kocjančič

Prejeli smo odgovore na 10 vprašanj za službo promocije in trženja Filmskega sklada, ki smo jih javno zastavili v oktobrski številki Ekran. Odgovore na vprašanja je ob posredovanju direktorja Filmskega sklada, Denisa Miklavčiča, prispevala vodja promocije in trženja na FS, Nerina Kocjančič. Iz odgovorov sklepamo, da Filmski sklad podatke o proračunski porabi in prihodkih vodi šele od leta 2007.

1. Kolikšen je delež proračuna Filmskega sklada, namenjen promociji in trženju slovenskih filmov na letnem nivoju – za zadnjih petih let? Podatki naj bodo v absolutnem (v €) in relativnem merilu glede na letni proračun FS.

Delež proračuna Filmskega sklada, namenjen promociji in trženju, obsega manj kot 20 % celotnega proračuna. V tem znesku so zajete vse promocijske aktivnosti: festival slovenskega filma (104.000 €), sofinanciranje festivalov in filmskih dogodkov v Sloveniji preko javnega poziva (120.000 €), udeležbe na sejmiših v Berlinu in Cannesu ter članarina in stroški slovenskega predstavnika v organizaciji Euroimages (118.275 €).

leto	Proračun FS v €	Proračun za promocijo v €	Delež za promocijo v %
2005	/	/	/
2006	/	/	/
2007	4.527.245	583.333	12,85
2008	4.606.437	643.435	14

2. Kakšen je bil dohodek iz prodaje oziroma trženja slovenskih filmov v tujini v zadnjih 15 letih – po letih?

Prihodki Filmskega sklada so v letu 2007 znašali 99.954,65 €, v letu 2008 pa 78.311 €, v kar so vključeni prihodki iz tujine in prihodki iz distribucije novih filmov ter odstopa licenčnin za televizijo in video na domačem tržišču.

Prihodki bi lahko bili v bližnji prihodnosti tudi dvakrat večji, vendar pa bi Filmski sklad pred tem moral precej sredstev vložiti v digitalizacijo filmov iz arhiva slovenske filmske dediščine, ki ga je podedoval od Triglav filma in Viba filma, ter ga slikovno in zvočno restavrirati za izdajo na DVD-nosilcih.

3. Kakšno je notranje razmerje teh prihodkov – glede na prihodke s festivalov (tako imenovani »festival fee«), prihodke iz prodaje pravic za predvajanje na tujih televizijah in iz kinematografske distribucije slovenskih filmov ter morebitne distribucije na AV-nosilcih v tujini?

Odgovor je pri četrtem vprašanju.

4. Kateri slovenski filmi v zadnjih desetih letih so bili v redni kinematografski distribuciji v tujini in kje oz. koliko časa?

Ekspres, ekspres (1997, Igor Šterk) v Nemčiji, od decembra 2000, distributer je za licenco plačal 10.000 takratnih nemških mark, ki jih je slovenski producent večinoma porabil za plačilo produkcijskih dolgov.

Slovenija je v obdobju 1997 – 2002 postala sinonim za majhno državo, ki letno v povprečju posname tri filme, ki se skoraj praviloma uvrstijo na najpomembnejše festivale. Prvenec *Ekspres, ekspres* Igorja Šterka je bil tudi prvi film »slovenske pomladi«, ki je doživel kinematografsko distribucijo v zahodni Evropi. Z naslednjimi filmi si Igor Šterk kljub uvrstitvi filma *Ljubljana* v tekmovalni program festivala v Rotterdamu ni izboril ponovne uvrstitve v evropske kinematografe. Film

Ljubljana je odkupila nizozemska javna televizija za 6.060 €, njegov tretji film *Uglaševanje* (2005) pa turška televizija za 600 €. Seveda pa na možnost distribucije slovenskega filma v evropskem in širšem prostoru vplivajo tudi globalni trendi, o čemer sem pisala že v članku *Slovenski film na Evropskem zemljevidu ali zaključki ob moji prvi sedemletki* (Ekran 9-10, 2002). V tem obdobju globalni trendi prav gotovo niso bili naklonjeni distribuciji filmov iz srednje in vzhodne Evrope. V članku sem objavila rezultate poročila Evropskega audiovizualnega observatorija, ki so ga pripravili za posvet z naslovom »The Film and Television Sector in the European Union and Third Countries« (Madrid, 18-19 April 2002). V tem poročilu lahko beremo, da je v obdobju 1996-2002 komercialno distribucijo v vsaj eni državi pridobilo 42 filmov iz srednje in vzhodne Evrope. Vseh 42 filmov je imelo 2,2 milijona gledalcev, kar pomeni 0,054 % delež tržišča! V istem obdobju je vedno več manjših evropskih filmskih agentov, ki so se ukvarjali s prodajo t.im. *arthouse* filmov, začelo zapirati svoja podjetja (Jane Balfour, Christa Saredi, Orfeo Films ...), saj so ti filmi vse težje našli prostor tako v kinematografih kot na programih javnih televizij. Zanimivi so postajali le filmi, ki so se uvrstili v tekmovalne festivale najpomembnejših festivalov, saj je takšen nastop omogočal distribucijo na posamezne teritorije ali pa vsaj veliko festivalskih nastopov. Danes se uspešni filmi delijo na dve kategoriji:

1. filmi z dobro uvrstitvijo na pomembnem festivalu in z distribucijo na več teritorijih,
2. film z dobro uvrstitvijo na pomembnem festivalu, brez distribucije na kakršnemkoli teritoriju, vendar z uvrstitvijo na veliko festivalov po posameznih teritorijih in z zaslužkom preko »screening fee«.

Film pod točko 2 pridobi naziv »festivalski film«. Med slovenskimi filmi je bil takšen film *Varuh meje* (2002, Maja Weiss), uvrščen v berlinski program panorama, ki je naletel na veliko povpraševanje s strani gejevskih in lezbičnih festivalov v ZDA, in si s tem pridobil okoli 6.000 € preko najemnin za prikazovanje.

Tudi filma *V Ieru* (1999) Janeza Burgerja ne bi bilo v češki kino distribuciji, če se pred tem ne bi uvrstil v tekmovalni program festivala v Karlovih Varih. Film se je vrtel v čeških kino klubih, imel le 809 gledalcev, zato pa je prav gotovo odprl pot beneškemu levu prihodnosti iz leta 2001 – filmu *Kruh in mleko* Jana Cvitkoviča. To je slovenski film, ki je imel v tujini največ gledalcev na enem teritoriju, 17.589.

Leta 2003 so se *Rezervni deli* Damjana Kozoleta uvrstili v tekmovalni program berlinskega festivala in postali prvi film s kino distribucijo v Veliki Britaniji in z distribucijo na osmih teritorijih. Distributerji so na vseh teritorijih imeli pravice tudi za video in TV-prodajo, iz katere pa so si pokrili stroške za distribucijo, kar pomeni, da producent in s tem tudi sklad iz teh prodaj ni dobil nobenih prihodkov. Film je distributer *Film Movement* odkupil tudi za omejeno kino distribucijo in video prikazovanje v ZDA. Na uspešno distribucijo filma *Odgrobadogroba* (2005) Jana Cvitkoviča je ravno tako vplivala uvrstitev v tekmovalni program festivala v San Sebastianu ter

nagrada *Altadis*, ena izmed finančno najbolj ugodnih nagrad v filmskem svetu. Filmski sklad je od prodaje tega filma do- slej dobil 20.000 €, prodaja pa še vedno traja. Ob teritorijih, ki imajo vse pravice, je bil film izključno za televizijo prodan tudi v Izrael, Belgijo in televizijskima postajama Viasat in HBO za vzhodno Evropo.

V zadnjih dveh letih je francoska televizija Canal+ odkupila dva slovenska kratka študentska filma: *Sretan put Nedime* Marka Šantića in *Vučko* Matevža Luzarja v skupnem znesku 13.745 €. Film *Sretan put Nedime* je odkupila tudi avstralska televizija SBS za 1.574 AUD. Za animirani film *Čikorija 'en kafe* pa se skupaj s prodajnim agentom trudimo, da bi dosegel nominacijo za oskarja za kratki film.

5. V kakšnem razmerju se deli prihodek iz distribucije slovenskih filmov v tujini med producentom in FS? Je to razmerje fiksno, torej definirano z razmerjem vložka FS in producentov oz. koproducentov (v skladu s Splošnimi pogoji poslovanja FS) ali obstaja možnost fleksibilnega dogovarjanja s producenti?

Prihodek se deli z razmerjem vložka FS in producentov oz. koproducentov v skladu s splošnimi pogoji poslovanja.

6. Kakšna je nacionalna strategija glede promocije slovenskega filma v tujini?

Izkušnje s posameznimi tujimi agenti, ki poskušajo filme prodati posameznim lokalnim distributerjem v Evropi, ZDA in v zadnjih letih tudi na azijski trg, so različne, večkrat tudi slabe. Nemški distributer, ki je imel pravice za tri slovenske filme, je letos bankrotiral in slovenskemu producentu ni poravnal veliko računov. Francoski distributer Wide Management, ki ravnokar trži film *Pokrajina št. 2*, bo producentu izplačal svoj delež šele, ko si bo iz prihodka pokrill svoje stroške, ki jih je imel s prodajo filma. Zaenkrat so po uvrstitvi na beneški festival leta 2008 prodane vse pravice za Italijo, video pravice za ZDA in video ter TV pravice za Francijo in Benelux. Danes filmi brez agenta ne morejo prodreti na noben trg. Za uspešno prodajo se morajo prodajni agenti udeleževati vseh naslednjih festivalov ter filmskih in TV sejmov: Berlin, Cannes, Benetke, Toronto, Pusan, AFM (American Film Market), televizijska sejma MIP in Mipcom v Cannesu. Filmski sklad se po svoji funkciji, proračunu in kadrovski zasedbi s tovrstno dejavnostjo ne more ukvarjati.

FS mora na festivalih in sejmih v Berlinu in Cannesu slovensko kinematografijo predvsem predstavljati, najnovejšim filmom pa omogočiti čim boljše festivalsko uvrstitev v tujini, saj so od tega odvisni nadaljnji promocijski in tržni rezultati. V prihodnjih letih bi se na sejmih in festivalih moralo še bolj razvijati predstavljanje novih projektov in poprodukcije, saj se največji festivali, pa tudi agenti, želijo s filmi seznaniti, še preden so ti končani. Produkcija je obsežna, boj za dobro uvrstitev pa vse trši. Promocijska strategija FS stremi za tem, da skuša za vsak film doseči najboljšo festivalsko uvrstitev in s tem tudi distribucijo v posameznih državah. V letošnjem letu se ta strategija zaenkrat dobro razvija. Filma *Slovenka* Damja-

na Kozoleta in 9:06 Igorja Šterka sta po predstavitvi na sejmu v Cannesu začela uspešno festivalsko pot, film *Slovenka* je pridobil prodajnega agenta, čeprav je v času recesije tako imenovane »problemske filme« vse težje tržiti, še posebej, če ti prihajajo iz majhnih držav. O tem nam vse pove tudi naš trg: koliko filmov iz Slovaške ali Estonije pa lahko vidimo v kinematografih?!

Tudi za film *9:06* se po uvrstitvi v tekmovalni program festivala v Montrealu že zanima kanadski prodajni agent in distributer. Do konca leta se za preboj v svet pripravlja še *Osebná prtljaga* Janeza Lapajneteta, ki je bil premierno prikazan na FSF. Za ta film je prihajajoči berlinski festival najboljša priložnost za predstavitev svetu.

Ob celovečercih imamo še odlično produkcijo kratkih študentskih in profesionalnih filmov, ki so opaženi na festivalih, ravno tako pa imajo svojo tržno nišo, ki bi jo bilo treba še bolj izkoristiti tudi na nekaterih evropskih in svetovnih televizijah.

7. Na kakšen način sodeluje služba za promocijo in trženje FS pri pripravi sprememb zakonodaje na področju slovenskega filma?

Novi splošni pogoji poslovanja FS bodo kmalu v javni razpravi, v kateri bo sodelovala tudi služba za promocijo in trženje FS.

8. Kakšen je vsebinski, terminski in finančni načrt promocije in distribucije filmov iz programa FS za leto 2009 – torej filmov, katerih proizvodnja bo končana v sezoni 2009/10, v prihodnjem letu? Za Slovenijo in za tujino?

Za distribucijo filmov v Sloveniji dobijo producenti sredstva v skladu s splošnimi poslovnimi pogoji (največ 20.800 €). *Circus fantasticus* (režija Janez Burger) in *Gremo mi po svoje* (režija Miha Hočevnar) bodo premiero doživeli na Festivalu slovenskega filma 2010, sledi distribucija v kinematografih, oba filma bosta prikazana na sejmu v Cannesu, kjer se bo začela njuna mednarodna pot.

9. Na kakšen način je definirano financiranje, sodelovanje in koordinacija aktivnosti s »sales agenti« na tem področju? Kako se v tem primeru deli prihodek iz prodaje filmov na tuje teritorije?

Pogodbe s sales agenti podpišejo producenti. Prihodek se deli z razmerjem vložka FS in producentov oz koproducentov v skladu s splošnimi poslovnimi pogoji FS.

10. Na kakšen način poteka sodelovanje z »zunanji akterji« na tem področju – npr. organizatorji drugih kulturnih prireditev v tujini?

Sodelovanje poteka tam, kjer obstaja kontakt in programski interes. V zadnjih štirinajstih letih smo pripravili približno trideset retrospektiv, zadnja je bila lanska prva celostna retrospektiva slovenskega filma v New Yorku.

Slovenski filmi v evropskih kinematografih (1997-2008)

Ekspres, ekspres / r:Igor Šterk (1997), A.A.C. Productions

Tržišče	Skupaj od 1997
DE	6 858
SI	8 839
EUR 27	15 697
EUR OBS	15 697

V leri / r: Janez Burger (1999), Emotion Film

Tržišče	Distributer	Začetek	Skupaj od 1999
CZ	ACFK	27/04/2001	809
SI			55 989
EUR 27			56 798
EUR OBS			56 798

Kruh in mleko / r:Jan Cvitkovič (2001), Emotion film

Tržišče	Skupaj od 2001
CZ	17 589
FR	829
SI	21 946
EUR 27	40 364
EUR OBS	40 364

Rezervni deli / r: Damjan Kozole (2003), Emotion Film

Tržišče	Distributer	Začetek	Skupaj od 2003
BE			87
CZ	Cinemart	04/12/2003	1 014
EE	Estinifilm	27/08/2004	386
GB	Soda Pictures	12/03/2004	2 884
HU	Szimplafilm	26/05/2005	520
IE			529
NO	Oro Film	05/11/2004	806
SI			13 721
SK	ASFK	23/09/2004	368
EUR 27			19 509
EUR OBS			20 315

Odgrobadogroba / r: Jan Cvitkovič (2005), Staragara

Tržišče	Distributer	Začetek	Skupaj od 2005
CZ	ACFK	29/09/2007	678
DK	Ost for Paradis	18/05/2007	1 649
ES	Alta Classics	30/01/2006	7 330
HU	Szimplafilm	19/10/2006	2 147
IT	R.V.EN	04/07/2008	6 149
NO	Actionfilm	07/12/2007	1 479
PL	Vivarto	31/08/2007	6 804
SE	Starlet Media	18/05/2007	598
SI	Cinemanía Group	17/11/2005	23 112
EUR 27			48 467
EUR OBS			49 946